



Mercado

En los últimos 15 años, la cocina ha dejado de ser un espacio destinado exclusivamente a la preparación de alimentos y se ha convertido en una de las áreas donde la familia comparte más tiempo. Esto ha llevado a que las expectativas puestas en los electrodomésticos pasen de lo puramente funcional hacia lo estético y decorativo.

Desde hace 35 años, Indurama ofrece refrigeradoras, cocinas y otros electrodomésticos caracterizados por su innovador diseño y estilo. En la actualidad, las ventas de la empresa sobrepasan los 500.000 artefactos anuales, manteniendo su liderazgo en el mercado ecuatoriano de cocinas y refrigeradoras con una participación superior al 50%.

La aceptación del diseño Indurama, su calidad y garantía efectiva, han permitido que la marca trascienda el mercado del Ecuador y llegue a países como Colombia, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, República Dominicana y Perú. En el Perú cuenta con una participación del 30% del mercado de cocinas.

Indurama vislumbra un futuro de crecimiento sustentado en una constante reinversión en tecnología y un sistema de producción flexible. Para los próximos meses está previsto el ingreso a nuevos mercados del Caribe y Sudamérica.

Logros

La innovación permanente es el principal reto de Indurama y está presente en su diseño, procesos y servicio. Generando siempre diseños propios, ha conseguido interesantes logros



que han servido de inspiración en la categoría. Como ejemplo se puede citar la línea Viva, que en 1998 rompió la monotonía de la 'línea blanca' presentando cocinas y refrigeradoras de color amarillo, azul y rojo.

En el año 2000, el diseño curvo de las cocinas Spazio dejó atrás a la tradicional cocina 'cuadrada' que durante décadas fue la única opción. La línea que en la actualidad se ha generalizado.

En el campo del servicio posventa, Indurama y su empresa Servihogar van marcando el ritmo gracias a conceptos como el de talleres de servicio propios, que permiten atender en zonas urbanas el 80% de las solicitudes en un tiempo máximo de 24 horas. La atención brindada por Servihogar se basa en procesos regulados por la norma ISO 9001:2000.

La aceptación lograda por servicios como Préstamo de Producto, Garantía Extendida y Asesoría Telefónica de Instalación han llevado a que en el mercado se eleve la expectativa sobre lo que debe ser un servicio posventa de línea blanca.

La filosofía de la empresa, basada en el equilibrio entre la competitividad y la solidaridad, se siente cada día y ha prevalecido durante estos treinta y cinco años.

Historia

Indurama se fundó en Cuenca en 1972. Un grupo de empresarios con visión de futuro se juntó para dedicarse a la fabricación de cocinetas de mesa, ollas enlozadas, calderos industriales y bicicletas.

Utilizando áreas no mayores a los 1.000 metros cuadrados y el aporte de 50 personas, la empresa fue creciendo y, para 1975, se logró la primera exportación de cocinetas al Perú.

En 1978 se inició la producción de cocinas y en 1982 arrancó el proyecto de refrigeradoras, dejando las líneas de bicicletas, ollas y calderos industriales. A partir de 1995, la empresa, ya consolidada como fabricante de cocinas y refrigeradoras, logró abrir mercado en Bolivia y Chile.

Gracias al volumen de ventas alcanzado en Perú en 1997, se funda Indurama Perú, que a la fecha emplea a 185 personas y vende 75.000 unidades al año.

Luego de varios años de producir con diferentes marcas, en 1997 la empresa decide comercializar sus productos con la marca Indurama. Pese a ser desconocida, fue ganando su espacio en el mercado y para el año 2000 logró ubicarse entre las tres marcas más recordadas en su categoría.

Durante los últimos siete años, Indurama se ha consolidado como el líder del mercado ecua-



toriano: para la fecha tiene un área superior a los 50.000 metros cuadrados y ocupa 1.900 personas, por ello es un importante generador de empleo en el país.

Producto

Utilizando diseño y prestaciones de última generación, Indurama se ha especializado en la fabricación de cocinas y refrigeradoras con el objetivo de aportar elementos de belleza dentro de esa área. Los continuos esfuerzos de diseño se han concretado en las líneas Arián, Viva, Spazio, Croma y Avant, que en su momento han logrado marcar una tendencia en el mercado.

El diseño de sus productos nace de un profundo análisis de gustos y preferencias del usuario. Las formas de sus componentes se basan en criterios ergonómicos que garantizan facilidad y eficiencia durante la operación del producto.

La constante evolución estética se complementa con el desarrollo tecnológico necesario para estar siempre a la vanguardia en cuanto a prestaciones. Paneles de control digital, horno con encendido electrónico y apagado programable, quemador Ultra Rápido triple corona y sistema Turbo son una muestra de los componentes de última generación presentes en las cocinas Indurama; todos destinados a facilitar las labores del hogar para que la familia disfrute al máximo de sus momentos juntos.



Algo similar en la innovación sucede con las refrigeradoras Indurama, pues, además de ofrecer funcionalidad, proporciones armónicas y belleza, incorporan el control digital que permite manejar, desde el exterior del artefacto, la temperatura, la función Frío Rápido y la alarma.

Indurama fue la primera empresa de línea blanca del Ecuador en obtener la certificación ISO 9001, y desde 1999 sus procesos de producción están asegurados mediante rigurosos controles que se inician con auditorías de materia prima, el proceso de producción y revisiones minuciosas del producto terminado.

Con opciones en blanco y acabados metalizados línea Croma, el mix Indurama ofrece más de cincuenta modelos de productos entre cocinas, refrigeradoras, congeladores, vitrinas frigoríficas, lavadoras de ropa, acondicionadores de aire, hornos microondas, hornos tostadores y lavadoras de vajillas.

Desarrollos recientes

En diciembre del año 2006 salió al mercado la nueva línea de cocinas Avant con un diseño de vanguardia que incorpora en varios de sus modelos el comando digital Touch Pad, que permite controlar las funciones del horno con tan sólo el toque de un dedo.

Las cocinas Avant incorporan también otras interesantes prestaciones como el Programador de Horno, que sirve para apagarlo automáticamente en el tiempo deseado. El sistema Turbo genera una corriente de aire que hace que la temperatura se mantenga homogénea en todas las áreas del horno y amplía sus posibilidades de uso.



Elevando siempre el nivel del servicio posventa, desde el mes de abril del 2007 Indurama amplió su horario de atención a los 7 días de la semana. Los usuarios se benefician durante los fines de semana del mismo servicio amable y eficiente prestado por Servihogar sin ningún costo adicional. Esta innovación apunta a marcar el estándar de servicio en la categoría línea blanca.

Promoción

A través de los años, Indurama ha creado diferentes conceptos publicitarios; cada campaña ha logrado muy buenos índices de recordación y *brand awareness*.

La estrategia de comunicación de la marca se ha dirigido a construir una idea de innovación, diseño y belleza. Desde el año 1997, bajo el concepto «Ideas que simplifican tu vida», creado por Rivas Herrera, Young & Rubicam, Indurama lanzó varias campañas publicitarias. Las dos que más impacto causaron fueron: la campaña que sirvió de apoyo al lanzamiento de la línea Viva con productos de colores, una real innovación en el mercado de electrodomésticos bajo el eslogan «Qué buena idea», y una serie de comerciales grabados en un convento, donde con tono humorístico se hablaba de «Garantía que se cumple como Dios manda»; con esta última se logró consolidar a Indurama como una marca con respaldo real para sus consumidores.

En líneas generales, se puede decir que la comunicación de Indurama siempre ha tenido un enfoque innovador. La creatividad es uno de los valores de marca y eso se refleja también en sus campañas. La última muestra de innovación es la campaña «Tienes muchas razones para disfrutar la vida». Utiliza metáforas con elementos de la naturaleza como símbolos de belleza, paz, alegría y tranquilidad que invitan a tener más y mejor calidad de vida. Este concepto fue creado por la agencia Norlop JWT, a cargo de la comunicación de marca desde el 2006.

El objetivo es marcar una tendencia y salir del ruido publicitario de la categoría con un mensaje diferente. Indurama no solamente diseña, fabrica y comercializa excelentes productos, funcionales y de calidad, lo que hace es mejorar la calidad de vida de los consumidores.

Además de los medios masivos tradicionales, la comunicación de marca se complementa con una permanente gestión en el punto de venta, donde la relación con los distribuidores y su fuerza de ventas se maneja con base en el respeto, la seriedad y la transparencia. Buscando siempre el beneficio mutuo, Indurama mantiene continuos planes de capacitación y motiva-

ción para que la asesoría de ventas se realice de forma muy profesional.

Las actividades en el punto de venta son también espacios para crear y aportar con nuevos conceptos a la construcción de marca mediante sistemas de exhibición, POP, demostraciones de producto y atractivas promociones.

Valores de marca

La satisfacción del cliente se logra con varios elementos que dan valor agregado a cada producto que lleva la marca Indurama. Uno de ellos es la constante innovación en el diseño, desarrollo y fabricación, que considera estilos de vida, tendencias en decoración, colores y materiales.

Otro pilar es la Calidad. Indurama es una marca que goza de la preferencia de los consumidores en el Ecuador y otros mercados de la región.

También está la Garantía. Es una de las pocas marcas en el mercado que brinda respaldo y servicio técnico con cobertura nacional, gracias a su empresa Servihogar, generando siempre nuevos estándares de posventa.



Cosas que usted no sabía sobre Indurama

- Es una de las 10 empresas que mayor empleo generan en el Ecuador.
- Desde 1988 mantiene un programa de Responsabilidad Social a través de una Fundación Humanitaria y una Clínica Materno-Infantil que brinda servicios de salud sin fines de lucro y tiene como misión mejorar la calidad de vida de la población de la zona Sur del Ecuador.
- Indurama produce una cocina cada 40 segundos y una refrigeradora cada minuto.
- El 90% de sus empleados participan voluntariamente en Círculos de Superación: grupos de personas que se reúnen periódicamente para plantear mejoras en el producto y los procesos de producción. Estos espacios se basan en el trabajo en equipo, el mejoramiento continuo y el desarrollo mutuo.